



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ : «ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ
ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ, Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»**

ΟΝ.ΜΟ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ ΠΑΠΑΡΡΗΓΟΠΟΥΛΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

ΠΥΡΓΟΣ , 2021

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε κατά τη χειμερινή περίοδο του Ακαδημαϊκού έτους 2020 – 2021, στα πλαίσια του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Πρώην τμήματος Δ.Ο.Ε.Π.&Τ.Μ. του Τ.Ε.Ι Δυτικής Ελλάδας.

Η εργασία πραγματοποιήθηκε υπό την επίβλεψη της κ. Ζαφειροπούλου Αναστασίας, την οποία θα ήθελα να ευχαριστήσω για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγησή της σε όλη τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας.

Αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην σύγχρονη εποχή και συγκεκριμένα η περιγραφή και η ανάλυση των προοπτικών του επαγγελματικού τουρισμού παγκοσμίως αλλά και στον ελλαδικό χώρο.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα παγκόσμιο, δυναμικό φαινόμενο μέσα από το οποίο αναπτύσσεται και εξαρτάται η οικονομία. Ο τουρισμός δεν είναι μια πρόσφατη δραστηριότητα αλλά εμφανίζεται από τα αρχαία κίονα χρόνια. Σήμερα, παρατηρούνται διάφορες, εναλλακτικές μορφές τουρισμού με μεγαλύτερη ανάπτυξη αυτής του επαγγελματικού τουρισμού, καθώς τείνει να αποτελεί ολοένα και μεγαλύτερο κομμάτι της τουριστικής δραστηριότητας. Έτσι, στόχος της παρούσας πτυχιακής είναι η παρουσίαση της ιστορίας και της εννοιολογίας του τουρισμού και η κατηγοριοποίησή του στις κύριες μορφές του. Επίσης, περιγράφεται λεπτομερώς η περίπτωση του επαγγελματικού τουρισμού, οι προοπτικές ανάπτυξης και εξέλιξής του στο μέλλον τόσο στον ελλαδικό χώρο όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Λέξεις – κλειδιά: τουρισμός, οικονομία, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, επαγγελματικός τουρισμός, τουριστική δραστηριότητα, ιστορία τουρισμού, εννοιολογία τουρισμού, προοπτικές ανάπτυξης, ελλαδικός χώρος.

ABSTRACT

Tourism is a global, dynamic phenomenon in which economy develops and depends. Tourism is not a recent activity but has been observed since ancient years. Today, they are observed different, alternative forms of tourism, of which the most developed is the professional, as it tends to be an increasingly part of the touristic activity. Thus, the aim of this thesis is to present the history and the concept of the tourism and its categorization in its main forms. Furthermore, the case of professional tourism, the prospects of its development and evolution in the future both in Greece and worldwide are described in details.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα

i.	ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	1
ii.	ΠΕΡΙΛΗΨΗ - ABSTRACT	3
iii.	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	4
iv.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
v.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	7
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	7
	1.1 Ορισμός του Τουρισμού.....	7
	1.2 Η ιστορία του τουρισμού	7
	1.3 Ο σύγχρονος τουρισμός και η Ελλάδα ως προορισμός.	9
vi.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	11
	2.1 Οι διακρίσεις του τουρισμού και οι έννοιες τουρίστας – ταξίδι.	11
	2.2 Παράγοντες υποκίνησης για ταξίδια.	11
	2.3 Τα είδη του τουρισμού.....	13
	2.3.1 Οικοτουρισμός / οικολογικός τουρισμός	13
	2.3.2 Αγροτουρισμός / αγροτικός τουρισμός	15
	2.3.3 Χιονοδρομικός τουρισμός.....	16
	2.3.4 Πολιτισμικός τουρισμός.....	17
	2.3.5 Θρησκευτικός τουρισμός	18
	2.3.6 Εκπαιδευτικός / Επιστημονικός τουρισμός	19
	2.3.7 Αστικός τουρισμός	19
	2.3.8 Επαγγελματικός τουρισμός.....	20
	2.3.9 Θαλάσσιος τουρισμός.....	20
	2.3.10 Τουρισμός κρουαζιέρας.....	21
	2.3.11 Τουρισμός υγείας (ιαματικός και θεραπευτικός τουρισμός)	23
	2.3.12 Τουρισμός με θεματικά κίνητρα	23
vii.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	26
	3.1 Η έννοια του επαγγελματικού τουρισμού	26
	3.2 Άλλες διακρίσεις του Επαγγελματικού Τουρισμού	26
viii.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	28
	4.1 Οργάνωση συνεδρίων / Συνεδριακός τουρισμός.....	29
	4.2 Εκθεσιακός τουρισμός	29

4.3 Τουρισμός κινήτρων.....	30
4.4 Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι.....	31
4.5 Επαγγελματικός τουρισμός και ψυχαγωγία	31
ix. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	32
x. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	34
xi. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	35

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία γίνεται στα πλαίσια απόκτησης τίτλου σπουδών από το τμήμα «ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ, ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ» με θέμα «ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ, Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ». Στόχος, δηλαδή της εργασίας αυτής είναι η ταξινόμηση του τουρισμού στις κύριες κατηγορίες του, μέσα από τις οποίες απαντάται στην σύγχρονη εποχή. Έπειτα εστιάζεται στην περιγραφή και ανάλυση του επαγγελματικού τουρισμού. Η εστίαση στην ειδική αυτή μορφή τουρισμού γίνεται καθώς στην σύγχρονη εποχή παρατηρείται έντονα ο επαγγελματικός τουρισμός να παίρνει σημαντικές διαστάσεις τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι, κρίνεται αναγκαίο να ερευνηθούν και να καταγραφούν οι προοπτικές για το μέλλον αυτής της μορφής τουρισμού καθώς και οι στρατηγικές, οι οποίες θα ήταν καλό να ακολουθηθούν, προκειμένου να αναδειχθεί ακόμα περισσότερο ο επαγγελματικός τουρισμός, ο οποίος μπορεί να συμβάλλει ακόμα περισσότερο στην οικονομική ανάπτυξη μιας κοινωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ

1.1 Ορισμός του Τουρισμού

Σύμφωνα με το διεθνή οργανισμό που είναι υπεύθυνος για τον τουρισμό, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) ορίζει τον τουρισμό ως τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας τους και για λιγότερο από ένα συνεχή χρόνο, για αναψυχή, επαγγελματικούς και για άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας αμειβόμενης δραστηριότητας στον τόπο επίσκεψης. Η χρήση αυτής της έννοιας κάνει δυνατή τη πραγματοποίηση του τουρισμού μεταξύ διαφόρων χωρών αλλά και εντός των ορίων μιας χώρας.

Επιπλέον, ένας άλλος ορισμός του τουρισμού προτάθηκε το 1994 από τον Chadwick, ο οποίος θεωρεί ότι ο τουρισμός είναι οι ανθρώπινες και επαγγελματικές δραστηριότητες που συνδέονται με μια ή περισσότερες όψεις της προσωρινής μετακίνησης των ατόμων, μακριά από το κοντινό κοινωνικό περιβάλλον και από το καθημερινό εργασιακό περιβάλλον για δουλειές, απόλαυση και προσωπικούς λόγους.

Το φαινόμενο του τουρισμού δεν πρέπει να θεωρείται ως ένα στατικό φαινόμενο καθώς διαφοροποιείται από περιοχή σε περιοχή αλλά και από χρόνο σε χρόνο. Πρόκειται δηλαδή, για ένα μεταβλητό – δυναμικό φαινόμενο το οποίο οφείλει να προσαρμόζεται στις εκάστοτε επιθυμίες και απαιτήσεις μιας κοινωνίας προκειμένου να μπορέσει να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί μέσα σε αυτή. Αποτελεί επίσης μια παγκόσμια δραστηριότητα που ωφελεί τόσο το άτομο όσο και την κοινωνία σε ψυχολογικό, οικονομικό αλλά και πολιτισμικό επίπεδο.

1.2 Η ιστορία του τουρισμού

Οι αρχικές ρίζες του τουρισμού είναι δύσκολο να ανιχνευθούν καθώς λίγες έρευνες σχετικά έχουν καταφέρει να καταγράψουν την ιστορική του πορεία. Το σίγουρο όμως είναι ότι δεν πρόκειται για ένα πρόσφατο φαινόμενο.

Κατά την ιστορική μελέτη του τουρισμού, οι ερευνητές επικεντρώνονται σε δύο βασικά στοιχεία: τη μεταβολή και τη συνέχεια. Η τελευταία σημαίνει ότι ο τουρισμός αποτελεί μια σημαντική διαδικασία και ένας τρόπος ζωής για ορισμένες κοινωνικές τάξεις ενώ, η μεταβολή σημαίνει η εξέλιξη του τουρισμού που λαμβάνει χώρα κατά τη διάρκεια της ιστορικής του πορείας. Ένα σημαντικό μέρος της μεταβολής στηρίζεται στην αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς των τουριστικών ευκαιριών στην πορεία του χρόνου.

Στην κλασσική εποχή, ο Αριστοτέλης προώθησε την έννοια του ελεύθερου χρόνου, όπου θεωρούσε ότι οι αρχαίοι Έλληνες θα πρέπει να εντάξουν την έννοια αυτή στην καθημερινότητά τους. Ήδη η επιδίωξη της μουσικής, της φιλοσοφίας, της αργίας και των μέτρων αυτό-βελτίωσης αποτελούσαν στοιχεία της αρχαίας ελληνικής κοινωνίας. Επιπλέον, ως σημαντική ώθηση τουρισμού μπορεί κάλλιστα να θεωρηθεί η ίδρυση των Ολυμπιακών αγώνων το 776π.Χ., όπου Έλληνες από κάθε περιοχή του ελλαδικού χώρου ταξίδευαν για να παρακολουθήσουν τους αγώνες αυτούς. Παρόλα αυτά, αξίζει να σημειωθεί ότι κατά τη

διάρκεια των κλασικών χρόνων, ο διεθνής τουρισμός δεν είχε κάνει ακόμα την εμφάνισή του εξαιτίας των διάφορων ελληνικών πολέμων που έλαβαν χώρα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Έπειτα, κατά τον Μεσαίωνα, στον οποίο μάλιστα τα πρώτα χρόνια χαρακτηρίζονται και ως «Σκοτεινά Χρόνια», ο τουρισμός μπορούσε να βρεθεί υπό τη μορφή πανηγύρεων (φεστιβάλ) και πολλών άλλων τουριστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνταν κυρίως από την αριστοκρατική τάξη. Πολλοί αγώνες επίσης, κονταρομαχίας και η θέαση αυτών αποτέλεσαν την αρχή εμφάνισης της ζήτησης για προσωρινή διαμονή και ταξίδια με σκοπό την παρακολούθηση των συγκεκριμένων εκδηλώσεων.

Κατά την Αναγέννηση και τη Μεταρρύθμιση, άρχισε να παρατηρείται σιγά σιγά στην Ευρώπη μια διαφοροποίηση μεταξύ του ελεύθερου χρόνου και των τουριστικών δραστηριοτήτων διάφορων κοινωνικών τάξεων. Τον δέκατο έκτο αιώνα μάλιστα, παρατηρήθηκε μια σημαντική και αριστοκρατική μορφή τουρισμού, ο λεγόμενος «Μεγάλος Γύρος (Grand Tour)». Σε αυτή τη νέα, για την εποχή, μορφή τουρισμού, οι εύπορες κυρίως και αριστοκρατικές κοινωνικές τάξεις πραγματοποιούσαν διάφορες περιηγήσεις σε σημαντικούς προορισμούς και τοποθεσίες για λόγους κουλτούρας αλλά και εκπαίδευσης. Ο Μεγάλος Γύρος της Ευρώπης έφθασε στο αποκορύφωμά του τον δέκατο όγδοο αιώνα.

Στο τέλος όμως του δέκατου όγδου αιώνα, αναπτύχθηκε σε πολλές χώρες της Ευρώπης, η έννοια του παραθαλάσσιου τουρισμού. Λόγω της επίδρασης που είχαν στον λαό, οι ποιητές, οι καλλιτέχνες και οι εκπρόσωποι του ρομαντισμού, οι παραλίες και ακτές άρχισαν να θεωρούνται ως μέρη απόλαυσης και ηρεμίας. Έτσι, μεταξύ του 1750 και 1840, το μπάνιο στη θάλασσα άρχισε σιγά σιγά να χαρακτηρίζεται ως μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου αλλά και ως μια κοινωνική δραστηριότητα.

Έπειτα, κατά την μεταπολεμική περίοδο παρατηρήθηκαν διάφορες τουριστικές τάσεις και κυρίως η αύξηση της ζήτησης για διακοπές. Από τους κύριους λόγους των τάσεων αυτών ήταν η αύξηση του εισοδήματος, του ελεύθερου χρόνου καθώς και των ευκαιριών για διεθνή ταξίδια. Έτσι, κατά τη χρονική αυτή περίοδο, πολλά στρατιωτικά αεροσκάφη μετατράπηκαν σε επιβατικές υπηρεσίες ενώ τη δεκαετία του 1950 αναδείχθηκε και η εισαγωγή αεριωθούμενων επιβατηγών αεροπλάνων.

Τέλος, κατά τις δεκαετίες 1970, 1980 και 1990, τα ταξίδια σε παγκόσμια κλίμακα έλαβαν ολοένα και περισσότερο χώρα και γενικότερα η τουριστική εμπειρία και τα τουριστικά προϊόντα αυξήθηκαν σε σημαντικό βαθμό. Ωστόσο, αξίζει να αναφερθεί ότι παρόλο την αύξηση του ελεύθερου χρόνου, δεν μεταβλήθηκε σημαντικά το ποσοστό των ανθρώπων που έκαναν διακοπές.

1.3 Ο σύγχρονος τουρισμός και η Ελλάδα ως προορισμός.

Η Ελλάδα θεωρείται από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως λόγω της γεωμορφολογικής της θέσης, την ιστορία της, τον πολιτισμό, την κουλτούρα της κ.λπ. Από την αρχαιότητα μάλιστα, ο τουρισμός στην Ελλάδα είχε κάνει τις πρώτες του εμφανίσεις και ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού να αποτελούσαν τα ταξίδια των Ελλήνων που έλαβαν χώρα προκειμένου να παρακολουθήσουν και να παρευρεθούν οι ελληνικοί λαοί στους Ολυμπιακούς αγώνες. Επιπλέον, ο διεθνής τουρισμός στον ελλαδικό χώρο έκανε τα πρώτα βήματα εμφάνισής του κατά τη δεκαετία του 1950.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία της. Συγκεκριμένα, εκτιμάται ότι περίπου στο 12,5% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, κατά τη διάρκεια του έτους 2019, συμβάλλει άμεσα αλλά και έμμεσα η τουριστική δραστηριότητα. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός συνεισφέρει και στην εργασία, αφού έχει υπολογισθεί ότι το 17,1% συμβάλλει άμεσα στην αιχμή της απασχόλησης και συνολικά (άμεσα και έμμεσα) μεταξύ 37,6% και 45,2%, ενώ αποτέλεσε και αποτελεί βασικό μοχλό μείωσης της ανεργίας.¹

Ο λόγος της τουριστικής αυτής δύναμης της Ελλάδας αποτελεί κυρίως η πολιτιστική της ταυτότητα. Η κουλτούρα αλλά και η φιλοξενία των ντόπιων Ελλήνων συνεκτιμάται από τους ξένους τουρίστες, οι οποίοι ολοένα και περισσότερο επιθυμούν να γνωρίσουν την ελληνική ιστορία. Έτσι, ο πολιτισμικός πλούτος αλλά και ο φυσικός εξίσου πλούτος ελκύνουν τον σύγχρονο επισκέπτη – τουρίστα.

Επιπλέον, ένα από τα πιο ισχυρά πλεονεκτήματα της χώρας αποτελεί το εύκρατο κλίμα της, το οποίο κεντρίζει το ενδιαφέρον των τουριστών σε όλη τη χρονική διάρκεια του χρόνου. Βέβαια, έχει παρατηρηθεί ότι η τουριστική ζήτηση αυξάνεται εκθετικά κατά την χρονική περίοδο του Ιουνίου έως του Σεπτεμβρίου, την οποία συνοδεύουν και οι πιο ζεστές θερμοκρασίες. Η ζήτηση δηλαδή μπορεί εύλογα να χαρακτηριστεί ως εποχική καθώς οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι πλήρεις κυρίως κατά τους θερινούς μήνες του χρόνου.

Ωστόσο, σύμφωνα με την προκαταρκτική έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC 2007) αναφέρονται 3 βασικά προβλήματα για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Τα προβλήματα αυτά είναι:

1. Η εποχικότητα και η ανάγκη για νέα προϊόντα.

Λόγω της ανάπτυξης ανταγωνισμού από τις γειτονικές χώρες, οι οποίες έχουν εξίσου εύκρατο κλίμα και καλή γεωμορφολογική θέση, η Ελλάδα έχει την επιτακτική ανάγκη να προσφέρει στον σύγχρονο τουρίστα νέα προϊόντα και δυνατότητες έτσι ώστε να του προσελκύσει το ενδιαφέρον.

2. Η γραφειοκρατία

Και αυτό γιατί, στην σύγχρονη εποχή, η σημαντική πολυπλοκότητα που παρατηρείται στις γραφειοκρατικές διαδικασίες επιβραδύνουν την ανάπτυξη του τουρισμού.

3. Η σχέση ποιότητας – τιμής.

Έχει παρατηρηθεί ότι με την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ειδικότερα με την ένταξή της στην ζώνη του ευρώ, από το 2002 δηλαδή και μετά, οι τιμές της αγοράς στον ελλαδικό χώρο έχουν αυξηθεί σε ποσοστό περίπου 6%. Έτσι, η αύξηση των τιμών αποτελεί ένα προβάδισμα για τις ανταγωνιστικές χώρες, οι οποίες δεν χρησιμοποιούν ακόμα ως νομισματική μονάδα το ευρώ.

Από τα προβλήματα αυτά λοιπόν, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι απαιτείται προσπάθεια να εμπλουτιστεί το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Νέες μορφές προϊόντων,

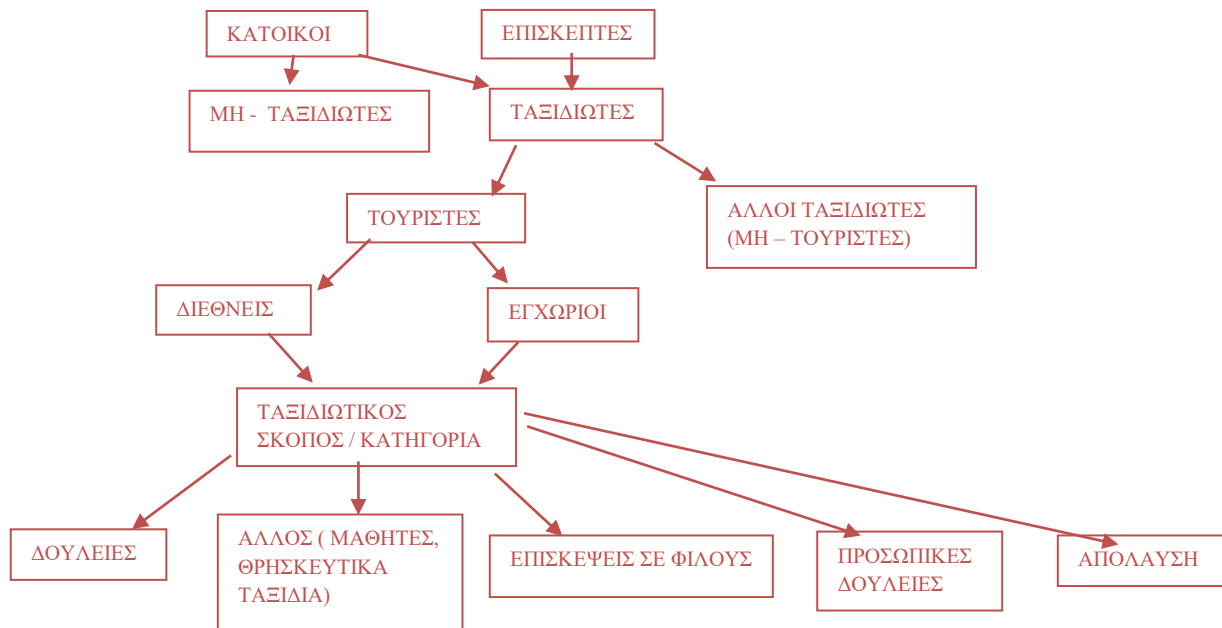
¹ https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf

ανταποκρινόμενες στις διεθνείς τάσεις που επικρατούν σήμερα θα δώσουν το έναυσμα για την ανάδειξη ακόμα περισσότερο του πλούτου και της ποικιλίας του ελληνικού πολιτισμού και κατά συνέπεια την ενίσχυση της τουριστικής ζήτησης εντός της Ελλάδος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Οι διακρίσεις του τουρισμού και οι έννοιες τουρίστας – ταξίδι.

Συχνά παρατηρείται μια σύγχυση μεταξύ των εννοιών «τουρισμός» και «ταξίδι». Στις Η.Π.Α. κυρίως υπάρχει μια τάση να χρησιμοποιείται ο όρος «ταξίδι» αντί του όρου «τουρισμός». Όμως στην πραγματικότητα, ο τουρισμός περιλαμβάνει πάντα κάποια ταξίδια αλλά τα ταξίδια δεν είναι τουρισμός. Για τον λόγο αυτό, έγιναν προσπάθειες κατηγοριοποίησης των τουριστών, οι οποίες αναπαριστώνται στο ακόλουθο σχήμα²:



Γενικά μπορεί να αναφερθεί ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει δύο στοιχεία, το ταξίδι προς τον προορισμό και τη διαμονή συμπεριλαμβανομένων και των δραστηριοτήτων στον προορισμό. Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του κανονικού τόπου κατοικίας και εργασίας, με συνέπεια ο τουρισμός να δημιουργεί δραστηριότητες που διαφέρουν από αυτές των κατοίκων και εργαζομένων των τόπων μέσω των οποίων ταξιδεύουν και στους οποίους διαμένουν οι τουρίστες.

2.2 Παράγοντες υποκίνησης για ταξίδια.

Ένα ερώτημα που συχνά τίθεται είναι για ποιον λόγο οι άνθρωποι επιθυμούν να κάνουν διακοπές; τι τους ωθεί στα ταξίδια, στις εκδρομές και στις περιηγήσεις;

Το ερώτημα αυτό προσπάθησε αρχικά να απαντήσει ο Mountinho το 1987³, ο οποίος όρισε την υποκίνηση ως μια κατάσταση ανάγκης, μια κατάσταση που ωθεί το άτομο προς ορισμένες μορφές δράσης οι οποίες φαίνεται να παρέχουν ικανοποίηση. Έτσι, ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί σαν μορφή κατανάλωσης η οποία έχει ως στόχο την ικανοποίηση και ευχαρίστηση του ατόμου.

² Stephen J. Page, 2006, 10.

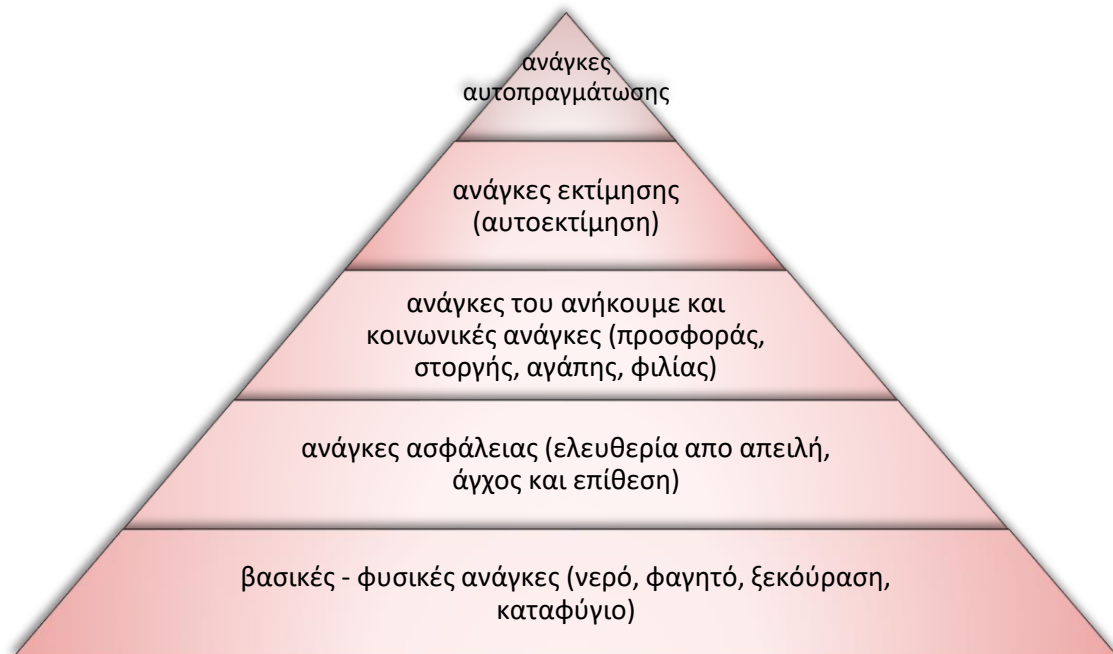
³ Stephen J. Page, 2006, 63.

Αργότερα, και συγκεκριμένα το 1993 ο Pearce⁴ διαχώρισε την υποκίνηση σε δύο κατηγορίες: την ενδογενή και την εξωγενή υποκίνηση. Αναλυτικότερα, ως ενδογενή υποκίνηση όρισε τις προσωπικές ανάγκες του ατόμου οι οποίες τον ωθούν στον τουρισμό. Η ενδογενής υποκίνηση βοηθά στην τόνωση του εγώ εξαιτίας της προσωπικής εμπιστοσύνης που το ταξίδι μπορεί να ενθαρρύνει. Από την άλλη, η εξωγενής υποκίνηση αποτελείται από τους ευρύτερους καθοριστικούς παράγοντες, οι οποίοι διαμορφώνουν τις στάσεις, τις προτιμήσεις και τις αντιλήψεις των ατόμων που όμως καθορίζονται περισσότερο εξωτερικά όπως, για παράδειγμα, την κοινωνία και τον πολιτισμό που επηρεάζουν την θεώρηση του τουρισμού.

Στην ανάλυση της τουριστικής υποκίνησης συμπεριλαμβάνεται και η τουριστική ζήτηση. Η τελευταία μπορεί να επηρεαστεί από:

- i. Τους ενεργοποιητές της ζήτησης, οι οποίοι αποτελούν τους παράγοντες που διεγείρουν το άτομο να κάνει τουρισμό.
- ii. Τους φιλτραριστές της ζήτησης, οι οποίοι ουσιαστικά είναι οι περιοριστές της ζήτησης λόγω οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνιολογικών καταστάσεων του ατόμου.
- iii. Τους επηρεαστές της ζήτησης, οι οποίοι είναι μια σειρά παραγόντων που μπορούν να αναδείξουν ή να καταστείλουν τους ενεργοποιητές.

Επιπλέον, μια πολυσυζητημένη ιδέα για την υποκίνηση παραμένει ακόμη η ιεράρχηση των αναγκών του Maslow (1954).



Ο Maslow ισχυρίστηκε ότι αν οι κατώτερες ανάγκες της ιεράρχησης δεν ικανοποιηθούν, τότε αυτές θα κυριαρχήσουν στην ανθρώπινη συμπεριφορά. Όμως, μόλις αυτές ικανοποιηθούν, το άτομο θα επιθυμεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες του επόμενου

⁴ Stephen J. Page, 2006, 63.

επιπέδου της ιεράρχησης. Ωστόσο, σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το μοντέλο αυτό ιεράρχησης των αναγκών δεν πρέπει να θεωρείται ιδανικό καθώς στην πραγματικότητα οι ανάγκες δεν είναι ιεραρχημένες. Και αυτό γιατί, οι ανάγκες μπορεί να συνυπάρχουν. Παρόλα αυτά, ένα τέτοιο μοντέλο τονίζει τις αναπτυξιακές ανάγκες των ανθρώπων, με τα άτομα να αγωνίζονται για προσωπική ανάπτυξη. Και αυτές οι ανάγκες ευρύτερα μπορούν να κατανοηθούν σε ένα πλαίσιο τουρισμού.

Σε αυτό το μοντέλο βασίστηκε και ο Pearce, ο οποίος διέκρινε πέντε επίπεδα υποκίνησης:

- 1) Φυσιολογικές ανάγκες
- 2) Ανάγκες σιγουριάς και ασφάλειας
- 3) Ανάγκες ανάπτυξης και επέκτασης σχέσεων
- 4) Ανάγκες ειδικού ενδιαφέροντος και αυτό-ανάπτυξης
- 5) Ανάγκες εκπλήρωσης ή αυτοπραγμάτωσης

Η υποκίνηση δηλαδή, έχει σχέση με το πώς μια γενική ανάγκη / επιθυμία, και στην προκειμένη περίπτωση η επιθυμία για ταξίδι, μεταφράζεται σε ένα πλαίσιο όπου αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί.

Με λίγα λόγια, τα κίνητρα ή αλλιώς οι παράγοντες υποκίνησης σε ταξίδια είναι:

- 1) Τα ψυχολογικά κίνητρα, δηλαδή η δύναμη, το εγώ, η αγάπη.
- 2) Πολιτιστική εμπειρία, δηλαδή το άτομο να ικανοποιήσει την περιέργεια που έχει για άλλους λαούς, πολιτισμούς, οντότητες και τόπους.
- 3) Ελεύθερος χρόνος / Διαφυγή από την καθημερινότητα. Αυτή ίσως είναι και η κυρίαρχη ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου, λόγω του χείμαρρου των υποχρεώσεων που τον κατακλύζουν καθημερινά, αισθάνεται ολοένα και περισσότερο την ανάγκη για κάθαρση, ανεξαρτησία, απελευθέρωση και αποφόρτιση.
- 4) Προσωπικές αξίες καθώς ο άνθρωπος, από την αρχαιότητα μάλιστα, αισθάνεται έντονα την ανάγκη της πνευματικής του διαφώτισης.
- 5) Κοινωνική επαφή καθώς ο άνθρωπος ως κοινωνικό ον επιθυμεί την επικοινωνία και την συναναστροφή με τους άλλους ανθρώπους. Ιδιαίτερα, έχει παρατηρηθεί ότι οι χήρες, οι ανύπαντροι και πολλές άλλες κατηγορίες ανθρώπων ταξιδεύουν επειδή τα ταξίδια αποτελούν για αυτούς έναν τρόπο επικοινωνίας με τους άλλους.
- 6) Κοινωνικές τάσεις, καθώς είναι γνωστό ότι τα ταξίδια αντιπροσωπεύουν μία μόδα. Το ταξίδι αποτελεί ένα μέσο ανάμειξης με την ανώτερη κοινωνική τάξη. Είναι ένα μέσο κοινωνικού μιμητισμού, μια κοινωνική επίδειξη και για τον λόγο αυτό αποτελεί μια διέξοδο ευχαρίστησης του ατόμου.

2.3 Τα είδη του τουρισμού

2.3.1 Οικοτουρισμός / οικολογικός τουρισμός

Ορισμός: Ο οικοτουρισμός (συχνά αναφερόμενος και ως «πράσινος», υπεύθυνος, ήπιος, φυσιολατρικός, «μαλακός» τουρισμός, σε αντίθεση με τον «σκληρό», μαζικό παραθεριστικό τουρισμό διακοπών) πρόκειται για έναν τύπο «υπεύθυνου» τουρισμού υπαίθρου σε αξιόλογο φυσικό περιβάλλον και συμβάλλει στην προστασία και τη διατήρηση του περιβάλλοντος και

στην ήπια τοπική ανάπτυξη. Συχνά χρησιμοποιούνται επίσης, ως ευρύτερη οριοθέτηση και οι όροι «τουρισμός υπαίθρου» ή «φυσιολατρικός τουρισμός» .



Εικόνα 1: Οικοτουρισμός.

Ο τουρισμός αυτός αφορά κυρίως δραστηριότητες περιήγησης, παρατήρησης και επιστημονικής διερεύνησης του φυσικού περιβάλλοντος. Αποτελεί το 5% του συνόλου των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων και δίνει την ευκαιρία στον άνθρωπο να έρθει σε επαφή και να γνωρίσει καλύτερα το φυσικό περιβάλλον.

Η έννοια του οικοτουρισμού πρωτοαναφέρθηκε το 1983 από τον Ceballos–Lascourain σε μια προσπάθειά του να περιγράψει το φυσιολατρικό ταξίδι σε «παρθένες περιοχές» με έμφαση στην εκπαίδευση.⁵ Ωστόσο, από τους πρώτους οικοτουρίστες θα μπορούσαμε να πούμε ότι ήταν ο Ηρόδοτος, ο οποίος λάτρευε την ιστορία, την γεωγραφία, τον πολιτισμό και κυρίως την φύση.

Επιπλέον, έχουν καταγραφεί διάφοροι τύποι οικοτουριστών οι οποίοι είναι οι εξής:

- i. Δραστήριοι ή τραχείς ή σκληροί, οι οποίοι επιθυμούν κυρίως αθλητικές, έντονες δραστηριότητες.
- ii. Ήπιοι ή ήρεμοι, οι οποίοι επιθυμούν κυρίως την απόλαυση της φύσης, τα οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.
- iii. Ειδικοί, οι οποίοι ασχολούνται με δραστηριότητες που έχουν σχέση με μελέτη, επιστημονική διερεύνηση κλπ.
- iv. Περιστασιακοί τουρίστες της φύσης, όπου είναι οι οικοτουρίστες εκείνοι οι οποίοι πραγματοποιούν ένα ασυνήθιστο ταξίδι.
- v. Τουρίστες αφοσιωμένοι στη φύση, που το κίνητρό τους είναι κυρίως η επαφή, η γνωριμία, η παρατήρηση – εξερεύνηση του τόπου κλπ.
- vi. Απόλυτα φυσικοί τουρίστες, όπου πρόκειται για τους επιστήμονες, ερευνητές που οργανώνονται για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

⁵ Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκρίμπα, 2011:139

Η μορφή αυτή τουρισμού προτιμάται σε περιόδους μη αιχμής (φθινόπωρο και άνοιξη) και συνήθως κεντρίζει το ενδιαφέρον ατόμων ηλικίας 50 ετών και μάλιστα κυρίως του αντρικού φύλου.

2.3.2 Αγροτουρισμός / αγροτικός τουρισμός

Ορισμός: Στον αγροτουρισμό, οι τουρίστες που επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού διαμένουν είτε σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην αγροτική περιοχή είτε σε ένα αγρόκτημα ή αγροτικό κατάλυμα (φάρμα, ράντζο), μαζί ή σε διαφορετικό χώρο από τη γεωργική οικογένεια, παρατηρούν τις αγροτικές δραστηριότητες, τρέφονται με τα ίδια φαγητά και συχνά συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες.⁶



Εικόνα 2: Αγροτουρισμός.

Η πρώτη οργανωμένη μορφή αγροτουρισμού χρονολογείται τον 19^ο αιώνα όταν ο αστικός πληθυσμός έκανε τις πρώτες εκδρομές και περιηγήσεις στην ύπαιθρο. Όμως ως ολοκληρωμένη μορφή αγροτουρισμού θεωρείται αυτή που πραγματοποιήθηκε το 1960 στις Η.Π.Α., έπειτα στην Αυστραλία, στην Αυστρία, στην Γερμανία ενώ στην Ελλάδα οι πρώτοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί χρονολογούνται το 1983.

Ο αγροτουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε πέντε τύπους. Αυτοί οι τύποι τουρισμού είναι:

- i. Διαμονή σε αγροκτήματα / φάρμες, όπου πρόκειται για τη διαμονή σε αγροτικό κατάλυμα με πλήρη διατροφή και συμμετοχή των τουριστών δραστηριότητες των αγροτών / ιδιοκτητών του αγροκτήματος.
- ii. Φιλοξενία σε μικρά καταλύματα, όπου αφορά κυρίως αγροτουριστικά πακέτα τα οποία παρέχουν στον τουρίστα διανυκτέρευση, διατροφή χωρίς να είναι αναγκαίο αυτός να στεγάζεται μαζί με την οικογένεια του αγροκτήματος. Μπορούν δηλαδή να μένουν σε ξεχωριστό κατάλυμα και παρατηρούν απλώς τις αγροτικές δραστηριότητες.
- iii. (Γυναικείοι) αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, οι οποίοι παρατηρούνται και στον ελλαδικό χώρο.
- iv. Αγροτουρισμός σε οικισμούς – ξενοδοχειακά συγκροτήματα.

⁶ ΙΤΑ, 2008: 11-12

- v. Οικοαγροτουρισμός, στον οποίο ο τουρίστας εκτός από τις αγροτικές εργασίες, έχει την δυνατότητα να συμμετάσχει και σε άλλες δραστηριότητες (παρακολούθηση πτηνών, περιηγητισμό κλπ.).
- vi. Αγροτουρισμός από εθελοντές, όπου πρόκειται κυρίως για εποχικούς επισκέπτες οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή (μάζεμα ελιάς, φρούτων κλπ.) όμως δεν έχουν την δυνατότητα να πληρώσουν το πακέτο (διαμονής – διατροφής ίσως και μετακίνησης).

Και αυτό το είδος τουρισμού σε περιόδους μη αιχμής και η χρονική του διάρκεια είναι μία με δύο εβδομάδες. Εδώ, οι τουρίστες μπορεί να είναι διαφόρων ηλικιών και συνήθως καταγράφονται ζευγάρια με παιδιά μικρής ηλικίας ή νέοι ή συνταξιούχοι χωρίς παιδιά.

2.3.3 Χιονοδρομικός τουρισμός

Ορισμός: Βασικό πεδίο ανάπτυξης αυτού του τύπου τουρισμού είναι τα χιονοδρομικά κέντρα ή θέρετρα χιονοδρομίας που συγκροτούνται από οργανωμένες και πολυσύνθετες υποδομές (ξενοδοχεία, πίστες, εστιατόρια κλπ) για χειμερινά σπορ, κοντά ή σε απόσταση από ορεινούς οικισμούς. Συχνά, αντί του «χιονοδρομικού» χρησιμοποιείται και ο όρος «χειμερινός τουρισμός», ο οποίος όμως, είναι πολύ ευρύτερος και αφορά τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται τη χειμερινή περίοδο και έχουν να κάνουν τόσο με ταξίδια στην ύπαιθρο όσο και με ταξίδια πολιτισμού και αστικού τουρισμού, συνήθως μικρής διάρκειας.



Εικόνα 3: Χιονοδρομικός τουρισμός.

Αυτού του είδους τουρισμού λαμβάνει χώρα κατά τη χειμερινή περίοδο και είναι συνυφασμένος με χειμερινά σπορ και δραστηριότητες. Χώρες με παράδοση στον χιονοδρομικό τουρισμό θεωρούνται εκείνες της βορειοδυτικής Ευρώπης και της Β. Αμερικής.

Οι κύριες κατηγορίες αθλημάτων σκι που εξασκούνται στα πλαίσια του χιονοδρομικού τουρισμού είναι το αλπικό σκι, το βόρειο σκι, το σκι χιονοσανίδας και το έλκηθρο χιονιού. Παράλληλα, υπάρχουν και κάποιες βασικές κατηγορίες παγοδρομίας όπως για παράδειγμα το χόκεϊ πάγου, το πατινάζ επιδείξεων, το καλλιτεχνικό πατινάζ και οι αγώνες ταχύτητας επί πάγου.

Ο τουρισμός αυτός έχει χρονική διάρκεια περίπου μία εβδομάδα ή λιγότερο και συμμετέχουν συνήθως μικρής ή μεσαίας ηλικίας τουρίστες και ιδιαίτερα οικογένειες με ανώτερα ή υψηλά εισοδήματα.

2.3.4 Πολιτισμικός τουρισμός

Ορισμός: Ο πολιτισμικός τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικά ταξίδια τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικές με τον πολιτισμό, όπως η συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση τόπων και χωρών, επίσκεψη σε περιοχές με παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον, επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα καθώς και την τοπική γαστρονομία.⁷



Εικόνα 4: Πολιτισμικός τουρισμός.

Ιστορικά, οι Ρωμαίοι θεωρούνται οι πρώτοι τουρίστες πολιτισμικού τουρισμού καθώς μελέτησαν τους αρχαίους πολιτισμούς άλλων λαών όπως των Ελλήνων και των Αιγυπτίων.

Στόχος του τουρισμού αυτού, είναι η ανάδειξη και η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Είναι δηλαδή, η βαθύτερη γνωριμία – επαφή του επισκέπτη με τον πολιτισμό, την παράδοση και τον τρόπο ζωής των ντόπιων.

Ο πολιτισμικός τουρισμός περιέχει δύο τύπους ταξιδιών, τα οποία είναι:

- i. Τουρισμός (πολιτιστικής) κληρονομιάς, όπου ο τουρισμός αυτός επιτρέπει τις επισκέψεις σε μουσεία, μνημεία, πόλεις και άλλα μέρη με ιστορική σημασία. Ουσιαστικά, δίνει την ευκαιρία στους τουρίστες να εξερευνήσουν και να γνωρίσουν την πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου.
- ii. Ταξίδια τα οποία σχετίζονται με τις καλές τέχνες, τις παραστατικές τέχνες και την ψυχαγωγία. Περιλαμβάνει τη παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων που έχουν σχέση με τις οπτικές και παραστατικές τέχνες (αίθουσες / μουσεία τέχνης, εκθέσεις ζωγραφικής, πινακοθήκες κλπ.) κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού.

⁷ Μοίρα Π., 2009:25-26, Τσάρτας Π., 1996:297, WTO: 1985, ICOMOS: 1999

Τέλος, σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, ζωτικής σημασίας είναι η συμμετοχή του κράτους, των επιχειρηματιών καθώς και του τοπικού πληθυσμού.

2.3.5 Θρησκευτικός τουρισμός

Ορισμός: Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, όπως είναι οι Άγιοι Τόποι, η Μέκκα και ο Άγιος Πέτρος της Ρώμης, αλλά και εξερευνησεις ή επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία με σκοπό την επαφή, τη γνωριμία, τη μελέτη και τη γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, και συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, εφόσον η θρησκεία αποτελεί τμήμα του.



Εικόνα 5: Θρησκευτικός τουρισμός.

Αυτό το είδος τουρισμού παρατηρήθηκε στην αρχαία Ελλάδα όπως για παράδειγμα, τα ταξίδια στο μαντείο των Δελφών, στην αρχαία Ολυμπία κλπ.

Στόχος του τουρισμού αυτού είναι η ανάδειξη και η προβολή περιοχών ή αξιοθέατων που έχουν θρησκευτικό χαρακτήρα και πολλοί είναι αυτοί που ισχυρίζονται ότι αποτελεί υποκατηγορία του πολιτισμικού τουρισμού. Συνήθως, ο θρησκευτικός τουρισμός οργανώνεται από ταξιδιωτικά γραφεία που εξειδικεύονται σ' αυτήν την μορφή τουρισμού προσφέροντας διάφορα τουριστικά πακέτα.

Μερικά βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία των ταξιδιών θρησκευτικού τουρισμού αποτελούν:

- i. Το τάμα, το οποίο αποτελεί για τον προσκυνητή μια απαραίτητη διαδικασία ως «ευχαριστώ».
- ii. Θρησκευτικό ενθύμιο / αναμνηστικό, όπως για παράδειγμα είναι τα κομποσκοίνια, οι εικόνες, τα θρησκευτικά βιβλία, τα θυμιατά κλπ.

2.3.6 Εκπαιδευτικός / Επιστημονικός τουρισμός

Ορισμός: Ως εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι με κίνητρο, αφενός, την εκπαίδευση (σεμινάρια, εκδηλώσεις, επισκέψεις κ.α.) και, αφετέρου, την επιστήμη (επιστημονικές ανταλλαγές, έρευνες, επισκέψεις κλπ.) συγκεκριμένων ομάδων τουριστών (νέων επιστημόνων, εκπαιδευτικών).

Αυτός ο τουρισμός αναπτύχθηκε κυρίως τον 20^ο αιώνα καθώς ο αιώνας αυτός χαρακτηρίζεται από την διερεύνηση των δικαιωμάτων στην εκπαίδευση αλλά και από την διεθνοποίηση.

Στόχος του τουρίστα εδώ είναι η απόκτηση περαιτέρω κατάρτισης, επιμόρφωσης, εξειδίκευσης μέσω της συμμετοχής του σε σεμινάρια, έρευνα, προγράμματα εκπαίδευσης καθώς και σε επισκέψεις σε χώρους «παραγωγής» επιστημονικής γνώσης.

Συνήθως, αυτήν την μορφή τουρισμού διοργανώνουν πανεπιστήμια, ιδιωτικά εκπαιδευτήρια, ιδρύματα πάσης φύσεως, επιχειρήσεις, υπουργεία και λοιποί φορείς.

Οι τύποι του εκπαιδευτικού/ επιστημονικού τουρισμού είναι:

- i. Οι ομαδικές εκδρομές σε διάφορες χώρες κυρίως για μαθητές και φοιτητές.
- ii. Εκπαιδευτικές επισκέψεις κυρίως για ακαδημαϊκούς ερευνητές και στελέχη επιχειρήσεων, όπου γίνεται επιτόπια μελέτη σε χώρες που έχουν να δείξουν σημαντική πρόοδο σε σχέση με το εκπαιδευτικό αντικείμενο.
- iii. Οι εκπαιδευτικές και επιστημονικές ανταλλαγές, οι οποίες ενδυναμώνουν τις σχέσεις μεταξύ καθηγητών και μαθητών ή φοιτητών.
- iv. Οι εκπαιδευτικές κρουαζιέρες, οι οποίες πραγματοποιούνται σε ειδικά πλοία.

Συνήθως, τα μέρη που επιλέγονται για τον εκπαιδευτικό/ επιστημονικό τουρισμό είναι μέρη με αξιόλογο φυσικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον και οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται, σχετίζονται με το αντικείμενο της εκπαίδευσης (πολιτιστικό, περιηγητικό, περιβαλλοντικό κλπ.).

2.3.7 Αστικός τουρισμός

Ορισμός: Ως αστικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι – συνήθως μικρής διάρκειας σε αστικά κέντρα- με κίνητρα τις διακοπές, τον πολιτισμό, τις αγορές (shopping) και ευρύτερα τη γνωριμία με το αστικό και πολιτισμικό περιβάλλον της συγκεκριμένης πόλης.

Ιστορικά, οι χρονικές περίοδοι στις οποίες παρατηρούνται η ανάπτυξη και η εξέλιξη του ελληνικού αστικού τουρισμού είναι η περίοδος 1950-1975, καθώς και η περίοδος 1975-2.000. Επιπλέον, οι πόλεις που μπορούμε να πούμε ότι ανέπτυξαν τον αστικό τουρισμό είναι η Αθήνα, το Λονδίνο, το Παρίσι καθώς και η Ρώμη.

Συνήθως, ο αστικός τουρισμός είναι μικρής χρονικής διάρκειας, δηλαδή μία με δύο μέρες, και έχει ως στόχο να διαμορφώσει και να οργανώσει τον χώρο της πόλης με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατάλληλο για την επίσκεψη και την περιήγηση των τουριστών που έχουν ως απώτερο σκοπό να γνωρίσουν την πόλη αυτή και την ιστορία της.

Οι βασικότεροι τύποι ταξιδιών αστικού τουρισμού είναι:

- 1) Επίσκεψη στην πόλη που έχει ορισμένα από τα κυριότερα πολιτιστικά αξιοθέατα της χώρας.
- 2) Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι.
- 3) Οργανωμένο επαγγελματικό ταξίδι (συνέδρια, εκθέσεις κλπ.).
- 4) Ταξίδι μικρής διάρκειας στο πλαίσιο μιας ευρύτερης περιήγησης στη χώρα.

- 5) Ταξίδι «ενδιάμεσος σταθμός» στο πλαίσιο μετάβασης σε άλλη περιοχή της χώρας για διακοπές.
- 6) Ταξίδι «ενδιάμεσος σταθμός» για ημεδαπούς που ταξιδεύουν εκτός Ελλάδος.
- 7) Ταξίδι σε περίοδο εορτών ή Σαββατοκύριακο για διακοπές με έμφαση στον πολιτισμό, την ξεκούραση, την ψυχαγωγία.
- 8) Ταξίδι για ιατρικούς λόγους.
- 9) Ταξίδι για επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους.
- 10) Ταξίδι ολιγώρης ή μονοήμερης διάρκειας για διευθέτηση διοικητικών υποθέσεων, για κοινωνικούς λόγους ή για ψώνια.
- 11) Ταξίδια σταθερά επαναλαμβανόμενα από άτομα τα οποία εργάζονται στην Αθήνα αλλά κατοικούν σε δήμους ή κοινότητες εκτός πόλης.
- 12) Ταξίδια για εκπαιδευτικούς ή επιστημονικούς λόγους που σχετίζονται είτε ειδικότερα με την πόλη είτε με υποδομές και υπηρεσίες που διαθέτει η πόλη.
- 13) Οργανωμένο ή αυτόνομο ταξίδι πολιτισμικού τουρισμού με έμφαση στους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η πόλη.
- 14) Οργανωμένο ή αυτόνομο ταξίδι αστικού τουρισμού με έμφαση στους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η πόλη.

Τέλος, σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι για την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού είναι απαραίτητο να αντισταθμιστούν τα αρνητικά γνωρίσματα που συνήθως συνοδεύουν τις πόλεις, όπως για παράδειγμα είναι η ρύπανση του περιβάλλοντος, το νέφος, τα απορρίμματα, η έλλειψη οργάνωσης και σήμανσης, με τα αντίστοιχα θετικά γνωρίσματα που τις συνοδεύουν, όπως η αύξηση των πράσινων χώρων (πάρκα, πλατείες) και χώρων στάθμευσης.

2.3.8 Επαγγελματικός τουρισμός

Ορισμός: Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες ταξιδιών που πραγματοποιούνται με βασική αιτία τους επαγγελματικούς λόγους, δηλαδή την εργασία, και τα οποία συχνά συνδυάζονται και με άλλες δραστηριότητες (όπως διακοπές, πολιτισμό κλπ.), εξαιρώντας όμως τοπικού χαρακτήρα ταξίδια που πραγματοποιούν οι επιχειρηματίες.

Στον επαγγελματικό τουρισμό, ο εργαζόμενος πέρα από την εκπλήρωση του επαγγελματικού του καθήκοντος, επιθυμεί κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του να συμμετάσχει και σε διάφορες τουριστικές δραστηριότητες προκειμένου να γνωρίσει και να έρθει σε επαφή με τον πολιτισμό της περιοχής που επισκέπτεται αλλά και για να διασκεδάσει, να ψυχαγωγηθεί και να κοινωνικοποιηθεί.

Το είδος αυτό τουρισμού εξετάζεται λεπτομερώς και στην συνέχεια.

2.3.9 Θαλάσσιος τουρισμός

Ορισμός: Με τον όρο «θαλάσσιος τουρισμός» χαρακτηρίζεται κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της – είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική ή πολιτιστική διάσταση.



Εικόνα 6: Θαλάσσιος τουρισμός.

Ιστορικά, ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα χρονολογείται τη δεκαετία του 1950, παράλληλα με την ανάπτυξη τουρισμού καλοκαιρινών διακοπών.

Στόχος σε αυτήν την μορφή τουρισμού είναι κυρίως η αναψυχή του τουρίστα με πεδίο δράσης και αναφοράς το θαλάσσιο στοιχείο από διάφορες εταιρείες, οι οποίες παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες και σκάφη.

Σε αυτό το είδος τουρισμού, εστιάζει κυρίως η Ελλάδα λόγω της θαλάσσιας γεωμορφολογίας της καθώς είναι γνωστό ότι ο ελλαδικός χώρος διαθέτει περισσότερα από 4.000 νησιά και βραχονησίδες με συμπλέγματα.

Ο τουρισμός αυτός μπορεί να χαρακτηριστεί και ως «θερινός τουρισμός» καθώς διαρκεί από τις αρχές Απριλίου μέχρι τα τέλη Οκτωβρίου. Περιλαμβάνει, επίσης δραστηριότητες του θαλάσσιου και παράκτιου χώρου όπως:

- i. Το γιότινγκ, το οποίο αφορά διακοπές του τύπου μικρών κρουαζιέρων και εκδρομών με περιορισμένο αριθμό τουριστών που χρησιμοποιούν τόσο σύγχρονους τύπους θαλαμηγών όσο και παραδοσιακών σκαφών.
- ii. Τις κρουαζιέρες.
- iii. Την υπαίθρια αναψυχή, όπως είναι η κολύμβηση, η ιστιοπλοΐα, η κωπηλασία κλπ.

2.3.10 Τουρισμός κρουαζιέρας

Ορισμός: Ο τουρισμός κρουαζιέρας συνδυάζει σε ένα ταξίδι μεταφορά, εστίαση, πολιτισμό, τουρισμό αναψυχή και δραστηριότητες ψυχαγωγίας εν πλω.



Εικόνα 7: Τουρισμός κρουαζιέρας.

Το είδος αυτού του τουρισμού στοχεύει κυρίως στην αναψυχή των τουριστών και όχι τόσο στην γνωριμία νέων τουριστικών προορισμών. Οι κρουαζιέρες οργανώνονται συνήθως από εξειδικευμένα ή μη ταξιδιωτικά πρακτορεία, τους ναυλομεσίτες, σε ειδικά διαμορφωμένα πλοία. Ανάλογα με τις δραστηριότητες που παρέχουν στους συμμετέχοντες τουρίστες, οι κρουαζιέρες μπορούν να χωριστούν σε :

- i. Αθλητικές
- ii. Εκπαιδευτικές (σεμινάρια, συνέδρια)
- iii. Τρίτης ηλικίας
- iv. Υγείας
- v. Ταξιδιού κινήτρων κλπ.

Στις κρουαζιέρες συνήθως παρέχονται ένα σύνολο δραστηριοτήτων με στόχο την αναψυχή και την ψυχαγωγία του συμμετέχοντα σε αυτήν τουρίστα. Μερικές από τις δραστηριότητες αυτές είναι:

- i. Η άθληση (πισίνες, γυμναστήρια)
- ii. Αγορές (καταστήματα με είδη ένδυσης)
- iii. Μελέτη (βιβλιοθήκες, αίθουσες συνεδρίων)
- iv. Διασκέδαση (καζίνο, μπαρ)
- v. Ψυχαγωγία (θέατρο, σινεμά)
- vi. Καλλωπισμός (κομμωτήρια)
- vii. Φύλαξη ζώων ή παιδιών.

2.3.11 Τουρισμός υγείας (ιαματικός και θεραπευτικός τουρισμός)

Ορισμός: Βασικό στοιχείο του ιαματικού / θεραπευτικού τουρισμού αποτελεί η χρήση ιαματικών πηγών ή θεραπειών, ενώ ο στόχος είναι η πρόληψη, η διατήρηση ή η αποκατάσταση της σωματικής / ψυχικής υγείας του ατόμου.

Η μορφή αυτή του τουρισμού ήταν γνωστή από την αρχαιότητα καθώς, ο Ηρόδοτος πρότεινε την λουτροθεραπεία και ο Ιπποκράτης ανέφερε ότι η χρήση ιαματικών νερών είναι ευεργετική, ίσως και θεραπευτική για πολλές παθήσεις. Μερικές από τις παθήσεις αυτές είναι:

- i. Οι παθήσεις του αναπνευστικού συστήματος, οι οποίες αντιμετωπίζονται με εισπνοθεραπεία.
- ii. Οι δερματολογικές, γυναικολογικές και στοματικές / γναθικές παθήσεις, οι οποίες αντιμετωπίζονται με λουτροθεραπεία.
- iii. Οι παθήσεις του ουροποιητικού και του πεπτικού συστήματος, οι οποίες αντιμετωπίζονται με ποσιθεραπεία.
- iv. Οι ρευματικές παθήσεις, οι οποίες αντιμετωπίζονται με λουτροθεραπεία και λασποθεραπεία.
- v. Οι νευρολογικές/ ψυχολογικές καθώς και καρδιοαγγειακές παθήσεις, οι οποίες αντιμετωπίζονται με συνδυασμό διαφόρων μεθόδων.
- vi. Οι παθήσεις μυοσκελετικού συστήματος, οι οποίες αντιμετωπίζονται με λουτροθεραπεία, κινησιοθεραπεία και λασποθεραπεία.

Γενικά, ο τουρισμός υγείας μπορεί να διαχωριστεί και σε ιατρικός τουρισμός και τουρισμός ευεξίας.

Ο ιατρικός τουρισμός αποσκοπεί στην καλύτερευση, βελτίωση της υγείας του ατόμου και απευθύνεται κυρίως σε άτομα τα οποία αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα υγείας, έχουν υποστεί διάφορες επεμβάσεις ή εγχειρήσεις κλπ. Αντίθετα, ο τουρισμός ευεξίας απευθύνεται κυρίως σε υγιή άτομα και αποσκοπεί στην βελτίωση της ποιότητας ζωής τους μέσω της επίτευξης ισορροπίας ανάμεσα στο σώμα και στο πνεύμα. Στόχος του δηλαδή είναι, να επιτευχθεί η κίνηση του σώματος, η ψυχική χαλάρωση, η επιμόρφωση του ατόμου σε θέματα υγείας και η επικοινωνία του με άλλους τουρίστες και με φροντιστές υγείας.

Ο τουρισμός της υγείας απαιτεί ειδικό ιατρικό εξοπλισμό, καθώς και εγκαταστάσεις, οι οποίες θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από καθαριότητα και από ευχάριστο πολεοδομικό και αρχιτεκτονικό περιβάλλον.

2.3.12 Τουρισμός με θεματικά κίνητρα

Ορισμός: Η ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο το θεματικό κίνητρο στηρίζεται σε κάποιο ιδιαίτερο θέμα ή χόμπι των τουριστών και αποτελείται από τα εξής προϊόντα: τον τουρισμό καζίνο, τον τουρισμό θεματικών πάρκων και μουσείων, τον τουρισμό γκολφ, τον τουρισμό περιπέτειας και Mega events– μεγάλες διοργανώσεις (κυρίως αθλητικού ή πολιτιστικού χαρακτήρα).

Στον θεματικό τουρισμό ουσιαστικά εντάσσονται οι κατηγορίες εκείνες του τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από μία οργανωμένη ψυχαγωγία (animation).

Ωστόσο, κάθε μία από αυτές έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες. Συγκεκριμένα:

i. Τουρισμός καζίνο

Ορισμός: Ο τουρισμός καζίνο αποτελεί την ειδική εκείνη μορφή που στηρίζεται στην παροχή υπηρεσιών και δραστηριοτήτων οι οποίες εξυπηρετούν τα άτομα τα οποία επισκέπτονται το καζίνο.

Στόχος του τουρισμού αυτού είναι κυρίως το κέρδος. Έπειτα, αποσκοπεί στο να ικανοποιήσει τα ειδικά κίνητρα και τις ανάγκες του εκάστοτε τουρίστα, οι οποίες μπορεί να είναι η συμμετοχή του σε τυχερά παιχνίδια κλπ.

ii. Τουρισμός θεματικών πάρκων και μουσείων

Ορισμός: Πρόκειται για πάρκα ή ειδικού τύπου μουσεία που έχουν ως σκοπό να ψυχαγωγήσουν τους ενδιαφερόμενους (συνήθως μεγάλες ομάδες με ομοειδή χαρακτηριστικά) και τα οποία συγκεντρώνουν πληθώρα στοιχείων, όπως αξιοθέατα και καταστήματα, σε ένα ενιαίο σύνολο. Ένα πάρκο ψυχαγωγίας ή ένα θεματικό μουσείο συνδέεται συνήθως με κάποια ειδικά χαρακτηριστικά σχετικά, για παράδειγμα με την παιδική ηλικία (πάρκα Ντίσνεϊ, Αστερίξ, Στρουμφ) ή με κάποιο ειδικό γεγονός ή παραγόμενο προϊόν (Μουσεία Αυτοκινήτου, Μουσεία εταιρειών παραγωγής ούισκι ή σοκολάτας).

Σκοπός του τουρισμού αυτού είναι κυρίως η μόρφωση του τουρίστα, η εκπαίδευσή του και η γνωριμία του με τον πολιτισμό και την επιστήμη. Επίσης, στοχεύει στην ψυχαγωγία μικρών αλλά και μεγάλων ηλικιών λόγω του βιωματικού τους χαρακτήρα αφού δίνουν την δυνατότητα στους τουρίστες να συμμετάσχουν άμεσα σε διάφορα παιχνίδια, ρόλους κλπ.

iii. Τουρισμός γκολφ

Ορισμός: Ο τουρισμός γκολφ έχει ως ειδικό κίνητρο και τις δραστηριότητες που αυτό συνεπάγεται για τα άτομα τα οποία έχουν αυτό το χόμπι. Συνδυάζεται συχνά με διαμονή σε οργανωμένα θέρετρα που διαθέτουν γήπεδα γκολφ.

Ο στόχος του τουρισμού γκολφ υποδηλώνεται και από το όνομα του αφού είναι η ικανοποίηση του τουρίστα για τη συμμετοχή του στο σπορ του γκολφ. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι βέβαιο ότι απαιτεί χώρους υψηλών προδιαγραφών και κατάλληλης μορφολογίας και οργάνωσης γήπεδα.

iv. Τουρισμός περιπέτειας

Ορισμός: Ο τουρισμός περιπέτειας έχει ως κίνητρα τις αθλητικές ή περιηγητικές δραστηριότητες οι οποίες συνδυάζουν την αναζήτηση συγκίνησης και συχνά περιέχουν κάποιο βαθμό κινδύνου σε ένα συνήθως απομακρυσμένο, ασυνήθιστο προορισμό της υπαίθρου.⁸

Στόχος αυτού του τουρισμού είναι η απόκτηση μιας μοναδικής εμπειρίας μέσα από την ενασχόληση του τουρίστα με διάφορες αθλητικές δραστηριότητες, οι οποίες συνήθως χαρακτηρίζονται με συγκεκριμένο βαθμό δυσκολίας ή και κίνδυνο. Μερικά παραδείγματα τέτοιων δραστηριοτήτων αποτελεί η ελεύθερη πτώση, η αναρρίχηση, το πέταγμα με αλεξίπτωτο πλαγιάς, καθώς και πολλές άλλες δραστηριότητες οι οποίες λαμβάνουν χώρα τόσο σε ορεινές όσο και σε θαλάσσιες περιοχές.

⁸ Fennell D.,2001, Dickinson L., 1996

v. **Μεγάλες διοργανώσεις / Mega events (αθλητικού και πολιτιστικού χαρακτήρα)**

Ορισμός: Ως «Mega events» ή «μεγάλα γεγονότα» χαρακτηρίζονται οι εκδηλώσεις εκείνες που διοργανώνονται και λαμβάνουν χώρα για μια μικρής διάρκειας χρονική περίοδο και μόνο για μία φορά μέσα σε ένα έτος. Πρόκειται, λοιπόν, για εκδηλώσεις, κυρίως, διεθνούς εμβέλειας, με συγκεκριμένο θεματικό χαρακτήρα (αθλητικού ή πολιτιστικού συνήθως περιεχομένου).⁹

Στόχος τους είναι να ασκήσουν μια συναισθηματική επιρροή στον τουρίστα μέσα από την μετάδοση εσωτερικών και εξωτερικών μηνυμάτων επικοινωνίας, αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων με προσανατολισμό τα προσωπικά βιώματα. Στον τουρισμό αυτό συνήθως επιτυγχάνεται η συμμετοχή μεγάλου αριθμού τουριστών αλλά για μικρό χρονικό διάστημα.

⁹ Erber S., 2009

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Η έννοια του επαγγελματικού τουρισμού

Από την ετυμολογία της φράσης «επαγγελματικός τουρισμός», μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι, πρόκειται για ταξίδια τα οποία έχουν επαγγελματικούς σκοπούς, όπως για παράδειγμα αποτελούν τα συνέδρια, οι εκθέσεις, τα ταξίδια κινήτρων κ.λπ.

Ο επαγγελματικός τουρισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί μία από τις πιο σημαντικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, η οποία μπορεί να συνδυάσει την εργασία με την ψυχαγωγία. Στον συνδυασμό αυτό άλλωστε οφείλεται και η επιτυχία της ανάπτυξης της μορφής αυτής τουρισμού.

Ο τουρισμός αυτός κατηγοριοποιείται σε:

- 1) Συνεδριακό τουρισμό
- 2) Εκθεσιακό τουρισμό
- 3) Τουρισμό κινήτρων
- 4) Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι.

Επιπλέον, οι κύριοι λόγοι πραγματοποίησης ενός επαγγελματικού ταξιδιού είναι ή η επιμόρφωση του ταξιδευτή (συνέδρια, σεμινάρια κλπ.), ή η προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων (μάρκετινγκ, πωλήσεις), ή αναψυχή του (ταξίδι κινήτρου). Ο επαγγελματικός τουρισμός, δηλαδή αποτελεί μια μεγάλη σφαίρα αγοράς μέσα στην οποία ο τουρίστας έχει και τον ρόλο του καταναλωτή καθώς κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης του επαγγελματικού του ταξιδιού, του δημιουργείται η ανάγκη για την άμεση ή και έμμεση κατανάλωση διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών.

3.2 Άλλες διακρίσεις του Επαγγελματικού Τουρισμού

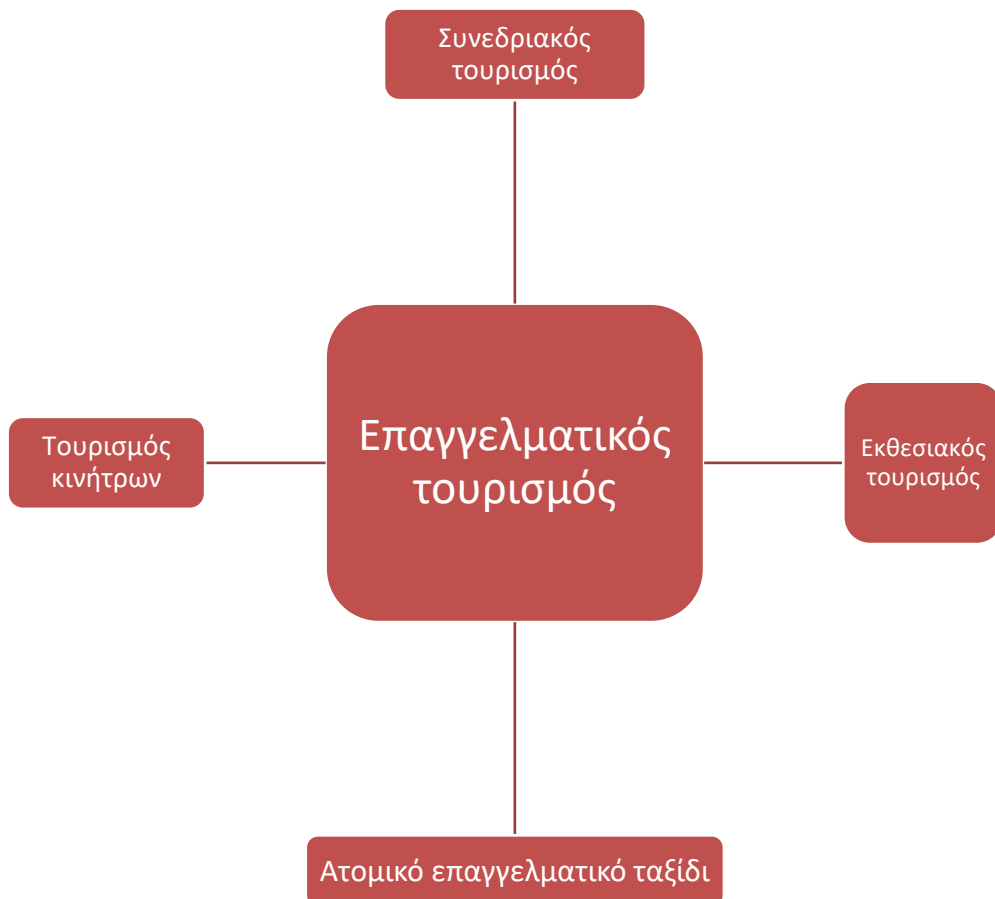
Πέρα από τις κύριες κατηγορίες του επαγγελματικού τουρισμού που αναφέρθηκαν αλλά και που περιγράφονται λεπτομερώς και στην συνέχεια, έχουν βρεθεί και άλλες υποκατηγορίες αυτού. Συγκεκριμένα, ανάλογα με την παράμετρο που διαφοροποιείται κάθε φορά, ο επαγγελματικός τουρισμός μπορεί εξίσου να χαρακτηριστεί από τις εξής διακρίσεις:

1. Τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές, ανάλογα με τα γεωγραφικά όρια που πραγματοποιείται το εκάστοτε γεγονός καθώς και της χώρας προέλευσης των ταξιδιωτών.
2. Άμεσο ή έμμεσο επαγγελματικό ταξίδι, ανάλογα το οικονομικό του αποτέλεσμα.
3. Αεροπορικό, οδικό, σιδηροδρομικό, θαλάσσιο ή μεικτό, ανάλογα τον τύπο του μεταφορικού μέσου που χρησιμοποιείται κάθε φορά.
4. Ξενοδοχείο και λοιπά είδη καταλυμάτων.
5. Από τον ίδιο, από την επιχείρηση ή από κοινού, ανάλογα με το ποιος είναι υπεύθυνος για την λήψη της απόφασης του εκάστοτε επαγγελματικού ταξιδιού.
6. Από τον ίδιο, από την επιχείρηση, από τον διοργανωτή ή από τον χορηγό, ανάλογα με το ποιος χρηματοδοτεί το εκάστοτε ταξίδι.
7. Μικρή, μεσαία ή μεγάλη, ανάλογα με την μέση κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη κάθε φορά.
8. Άνδρες ή γυναίκες, ανάλογα το φύλο των μετακινουμένων.

9. Μικρή, μέση ή μεγάλη, ανάλογα με την ηλικία των μετακινουμένων.
10. Ατομικός ή ομαδικός τουρισμός, ανάλογα με τον αριθμό των μετακινουμένων.
11. Καθημερινός, εβδομαδιαίος, μηνιαίος ή ετήσιος, ανάλογα με την συχνότητα πραγματοποίησης των εκάστοτε επαγγελματικών ταξιδιών.
12. Μικρή , μέση ή μεγάλη, ανάλογα με τη διάρκεια του εκάστοτε ταξιδιού.
13. Μικρή, μέση ή μεγάλη, ανάλογα με η διάρκεια του εκάστοτε γεγονότος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Όπως προαναφέρθηκε, ο επαγγελματικός τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε διάφορες κατηγορίες τουρισμού, οι οποίες περιγράφονται στη συνέχεια.



4.1 Οργάνωση συνεδρίων / Συνεδριακός τουρισμός

Ορισμός: Πρόκειται για οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση, αλλά και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων στην εκδήλωση – συνέδρων, ομιλητών.¹⁰

Ιστορικά, ως πρώτης μορφής συνεδρίων στην αρχαία Ελλάδα μπορούν να θεωρηθούν οι Αμφικτιονίες. Σε αυτές, πραγματοποιούνταν συγκεντρώσεις ελληνικών γειτονικών φύλων αρχικά και γειτονικών πόλεων-κρατών μετέπειτα, για θρησκευτικούς ή / και πολιτικούς λόγους. Η σημαντικότερη Αμφικτιονία πρόκειται για εκείνη των Δελφών ενώ η αρχαιότερη εκείνη των Θερμοπυλών το 1522 π.Χ.

Ο συνεδριακός τουρισμός έχει ποικίλους σκοπούς αλλά η συνεδριακή εκδήλωση έχει ως απώτερο σκοπό την διεξαγωγή ενός συνεδρίου με συγκεκριμένο κάθε φορά θεματικό κέντρο.

Επιπρόσθετα, έχουν παρατηρηθεί διάφοροι τύποι συνεδριακών εκδηλώσεων καθώς και κάποια βασικά είδη συνεδρίων. Αναλυτικότερα, οι κατηγορίες των συνεδριακών εκδηλώσεων που έχουν καταγραφεί είναι οι εξής: συνέδριο, διάσκεψη, διεθνής διάσκεψη ή συνδιάσκεψη, συνάντηση, εκπαιδεύσεις, συνέλευση, σύσκεψη, διάλεξη – ομιλία, ημερίδα, διημερίδα, φόρουμ, κολόκιουμ, σεμινάριο, συμπόσιο, δορυφορικό συμπόσιο, εργαστήριο, σύνοδος, τηλεδιάσκεψη, βιντεοδιάσκεψη και συνεδριακές εκδηλώσεις εν πλω. Παράλληλα, τα βασικά είδη συνεδρίων είναι:

- 1) Τα επιστημονικά συνέδρια
- 2) Τα εμπορικά – επαγγελματικά συνέδρια
- 3) Τα πολιτικά, κομματικά συνέδρια
- 4) Τα συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών, συσκέψεις
- 5) Τα σεμινάρια.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι ανάλογα με το είδος της συνεδριακής εκδήλωσης, ποικίλλει η χρονική διάρκεια του συνεδριακού τουρισμού, η εποχή στην οποία πραγματοποιείται αλλά και η συχνότητα της διεξαγωγής του.

4.2 Εκθεσιακός τουρισμός

Ορισμός: Πρόκειται για παρουσιάσεις προϊόντων ή υπηρεσιών σε συγκεκριμένους χώρους, με πρωτεύοντα σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων – επισκεπτών, εκθετών – και δευτερεύοντα σκοπό την αγορά αυτών.¹¹

Θεωρώντας τα παζάρια και τις αγορές ως πρώιμα στάδια του εκθεσιακού τουρισμού, ιστορικά μπορούμε να τον τοποθετήσουμε στον Μεσαίωνα, όπου οι εμποροπανηγύρεις, ετήσιας διάρκειας, έλαβαν χώρα στην δυτική Ευρώπη και στην συνέχεια στην Μέση Ανατολή.

Στόχος του εκθεσιακού τουρισμού είναι η προβολή ή αλλιώς η έκθεση διαφόρων περιοχών, προϊόντων ή και εταιρειών στους συμμετέχοντες τουρίστες. Τα είδη χώρων που διεξάγονται οι εκθέσεις αυτές είναι:

¹⁰ Γκρίμπα Ε., 2005:85 – 86, Κραβαρίτης Κ. και Παπαγεωργίου Α., 2007:37

¹¹ Γκρίμπα Ε., 2005:95, Κραβαρίτης Κ. και Παπαγεωργίου Α., 2007:38

- 1) Τα αυτόνομα εκθεσιακά κέντρα
- 2) Τα ξενοδοχεία με βοηθητικές αίθουσες
- 3) Οι ειδικές αίθουσες
- 4) Οι ανοιχτές εκτάσεις ή οι υπαίθριοι χώροι.

Τέλος, η χρονική διάσταση του εκθεσιακού τουρισμού εξαρτάται από το είδος της έκθεσης που επρόκειτο να πραγματοποιηθεί.

4.3 Τουρισμός κινήτρων

Ορισμός: Πρόκειται για ταξίδι – δώρο που προσφέρουν επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται, κυρίως στον ιδιωτικό τομέα στα στελέχη ή στους συνεργάτες τους ως κίνητρο, αναγνώριση και επιβράβευση της πετυχημένης απόδοσης στην εργασία τους.¹²

Ο τουρισμός κινήτρων παρατηρήθηκε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα στις Η.Π.Α., όπου οι μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες χρησιμοποίησαν το ταξίδι ως κίνητρο για τους εργαζόμενούς τους.

Ο τουρισμός αυτός επιδιώκει την επίτευξη κυρίως των επιχειρησιακών στόχων, την ανάπτυξη επικοινωνίας μεταξύ των στελεχών μιας επιχείρησης – φορέα καθώς και την ενίσχυση της πίστης ανάμεσα στην επιχείρηση και στον φορέα. Ουσιαστικά, η μορφή αυτή τουρισμού αφορά τις διαφορετικές αιτίες επιβράβευσης των εργαζομένων, όπως για παράδειγμα είναι η συμβολή στην παραγωγή νέων προϊόντων, η εύρεση τεχνικών κ.λπ.

Το ταξίδι κινήτρων γενικά κατηγοριοποιείται σε δύο κατηγορίες οι οποίες είναι:

- 1) Το ατομικό ταξίδι, στο οποίο ο εργαζόμενος λειτουργεί περισσότερο αυτόνομα.
- 2) Το ομαδικό ταξίδι, το οποίο προϋποθέτει την επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων.

Επιπλέον, τα είδη εταιρειών, τα οποία χρησιμοποιούν το ταξίδι κινήτρων είναι κυρίως:

- 1) Οι αυτοκινητοβιομηχανίες
- 2) Οι εταιρείες καλλυντικών
- 3) Οι φαρμακευτικές εταιρείες
- 4) Οι εταιρείες ηλεκτρονικού εξοπλισμού
- 5) Οι ασφαλιστικές εταιρείες
- 6) Οι εταιρείες επίπλων.

Από το ταξίδι αυτό κινήτρων προκύπτει και μια σειρά πλεονεκτημάτων. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι:

- 1) Είναι δύσκολο να υπάρξει δυσαρέσκεια για το εάν είναι ακριβό ή φθινό το πακέτο.
- 2) Επιτυγχάνεται βελτίωση της εικόνας και της φήμης της εν λόγω εταιρείας.
- 3) Ενδυνάμωση των σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων.
- 4) Τα έξοδα του ταξιδιού καλύπτονται από την επιχείρηση.

Ο τουρισμός κινήτρων λαμβάνει χώρα κυρίως κατά τις περιόδους μη αιχμής, δηλαδή κατά το φθινόπωρο, χειμώνα και άνοιξη, εφόσον βέβαια έχουν ληφθεί υπόψη οι

¹² Γκρίμπα Ε., 2005:104

δραστηριότητες ψυχαγωγίας, οι οποίες επρόκειτο να πραγματοποιηθούν στα πλαίσια της μορφής αυτής τουρισμού.

4.4 Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι

Ορισμός: Πρόκειται για ταξίδια που πραγματοποιούνται σε ατομική βάση για τις ανάγκες της επιχείρησης στην οποία εργάζεται ο επαγγελματίας – πωλητής.¹³

Ιστορικά, και αυτή η μορφή επαγγελματικού τουρισμού συναντάται από αρχαιοτάτων χρόνων. Συγκεκριμένα, είχε τη μορφή αγοραπωλησιών, κλεισίματος συμφωνιών ή ανταλλαγής προϊόντων.

Το ταξίδι αυτό έχει ως απώτερο σκοπό είτε την προώθηση και την προβολή των προϊόντων είτε την επίτευξη μιας εμπορικής συμφωνίας. Σχετίζονται δηλαδή, με την πολιτική, την προώθηση των πωλήσεων και με τη διαφήμιση των ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Τα άτομα που συμμετέχουν συνήθως σε ένα ατομικό επαγγελματικό ταξίδι είναι οι εργαζόμενοι, οι πελάτες, οι συνεργάτες, οι συνάδελφοι, τα συνωδά μέλη και πολλά άλλα εμπλεκόμενα άτομα.

Τέλος, σημειώνεται ότι η χρονική περίοδος αλλά και διάρκεια του ατομικού επαγγελματικού ταξιδιού καθορίζεται από τον ίδιο τον συνεργάτη και τις ανάγκες του για την εκάστοτε επικοινωνία του με άλλα άτομα και επιχειρήσεις.

4.5 Επαγγελματικός τουρισμός και ψυχαγωγία

Ο σύγχρονος άνθρωπος έρχεται αντιμέτωπος καθημερινά με ένα χείμαρρο υποχρεώσεων και καθηκόντων, τα οποία οφείλει να εκπληρώσει. Η εργασία πλέον αποτελεί το 70 – 80% της καθημερινής του ενασχόλησης, περιορίζοντας σημαντικά τον ελεύθερο χρόνο του. Έτσι, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι, ο συνδυασμός τουρισμού και αναψυχής με τα επαγγελματικά καθήκοντα, ελκύει ολοένα και περισσότερους ανθρώπους, οι οποίοι αγωνιούν καθημερινά να απολαύσουν στιγμές χαλάρωσης και ψυχαγωγίας.

Ο επαγγελματικός τουρισμός δίνει δηλαδή την δυνατότητα στον τουρίστα να μην εργαστεί αλλά παράλληλα να διασκεδάσει και να ψυχαγωγηθεί μέσα στα πλαίσια ή μη των εν λόγω διοργανώσεων που λαμβάνει μέρος.

¹³ Γκρίμπα Ε., 2005:113-114, Κραβαρίτης Κ. και Παπαγεωργίου Α., 2007:38)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Όπως και σε κάθε άλλη μορφή τουρισμού, έτσι και στον επαγγελματικό τουρισμό, είναι πολύ σημαντικό κατά την διάρκεια της μελέτης των προοπτικών που έχει στο μέλλον, να ληφθούν υπόψη κάποιες βασικές αρχές του μανάτζμεντ. Αναλυτικότερα, οι βασικές αυτές αρχές αφορούν:

1) Τον σχεδιασμό

Είναι πολύ σημαντικό να καθορίζονται από την αρχή ποιοι είναι οι στόχοι και οι σκοποί της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού, και στην προκειμένη περίπτωση του επαγγελματικού τουρισμού, καθώς και ποια θα πρέπει να είναι τα μέσα για την επίτευξη αυτών των στόχων.

2) Την οργάνωση

Οι εργασιακές λειτουργίες θα πρέπει να τίθενται ως καθήκοντα και αυτά τα καθήκοντα με την σειρά τους θα πρέπει να συνδέονται με κάποιο τρόπο προτού ανατεθούν σε συγκεκριμένα άτομα.

3) Την καθοδήγηση

Είναι μια μέθοδος πολύ σημαντική για την επίτευξη των οργανωτικών στόχων και ουσιαστικά είναι μια μέθοδος υποκίνησης και επηρεασμού του προσωπικού ώστε το τελευταίο να μπορεί να εκτελεί τα καθήκοντά του αποτελεσματικά.

4) Τον έλεγχο

Ο έλεγχος είναι ουσιαστικά ο τρόπος με τον οποίο συγκεντρώνονται όλες οι πληροφορίες για τον υπό μελέτη τουρισμό.

Σημειώνεται ότι, κάθε μια από τις παραπάνω βασικές αρχές προϋποθέτει την λήψη αποφάσεων από τους μανάτζερ, τις επιχειρήσεις, τους τουριστικούς προορισμούς ή τους οργανισμούς, έτσι ώστε να μπορέσει να γίνει σωστή κατεύθυνση των καθηκόντων στα άτομα που είναι υπεύθυνα για την οργάνωση, και γενικότερα για την διεξαγωγή της εν λόγω μορφής τουρισμού.

Ειδικότερα, ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί έναν κινητήριο μοχλό για την ανάπτυξη τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων περιοχών και χωρών. Γι' αυτό και η προσέλκυσή του από τον σύγχρονο τουρίστα θα πρέπει να γίνει προτεραιότητα.

Το Υπουργείο Τουρισμού θα ήταν εύλογο να εστιάσει στην προώθηση και καλύτερη οργάνωση συνεδρίων, εκθέσεων και σεμιναρίων, τα οποία αφορούν κυρίως την επιστημονική κοινότητα, προκειμένου να κεντρίσει το ενδιαφέρον ακόμα περισσότερων ερευνητών και επιστημόνων σε παγκόσμια κλίμακα. Τα πανεπιστήμια επίσης κάθε χώρας θα ήταν καλό να λάβουν τις κατάλληλες χρηματοδοτήσεις, έτσι ώστε να μπορέσουν να διοργανώσουν τα πλαίσια ενός συνεδριακού τουρισμού με βαθύ επιστημονικό και γνωστικό επίπεδο. Η ανάπτυξη δηλαδή, του επαγγελματικού τουρισμού έγκειται στην σωστή οργάνωση αλλά και προώθηση της εκάστοτε εκδήλωσης.

Σημειώνεται επίσης ότι, ο επαγγελματικός τουρισμός ίσως να αποτελέσει το επίκεντρο του τουρισμού στο μέλλον, καθώς η εργασία και τα επαγγελματικά καθήκοντα

λαμβάνουν ολοένα και μεγαλύτερο μέρος της καθημερινότητας του ανθρώπου. Θα αποτελέσει, δηλαδή αυτή η μορφή τουρισμού μια μικρή διέξοδο των ανθρώπων από την ρουτίνα της καθημερινότητας μέσα από την οποία θα έχουν την δυνατότητα να αναζωογονηθούν, να αποφορτιστούν από το στρες και το άγχος αλλά ταυτόχρονα να έχουν ικανοποιήσει και τις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις. Ο επαγγελματικός τουρισμός εν ολίγοις συνεισφέρει όχι μόνο ως προς την οικονομική και κοινωνική, επιστημονική ανάπτυξη αλλά και στην προσωπική ανάπτυξη του εκάστοτε τουρίστα.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, ολοένα και περισσότερα συνέδρια λαμβάνουν χώρα αντανακλώντας το υψηλής αξίας επιστημονικό δυναμικό που διαθέτει σαν χώρα τόσο εντός όσο εκτός συνόρων. Η Ελλάδα δίνει έμφαση στις καινοτόμες επιστήμες και μέσω των επιστημονικών συνεδρίων δίνει τη δυνατότητα στους συνέδρους να έρθουν σε επαφή με την κοιτίδα της επιστήμης αλλά ταυτόχρονα και με τον πολιτισμό και την κουλτούρα της ίδιας της χώρας. Έτσι, τα πανεπιστήμια και η κυβέρνηση της Ελλάδας, λόγω του υψηλού επιστημονικού υποβάθρου που χαρακτηρίζει την χώρα, θα μπορούσαν να στοχεύσουν στην οικονομική της ανθοφορία μέσω του επαγγελματικού και συγκεκριμένα του συνεδριακού τουρισμού.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σημαντικό είναι να ληφθεί υπόψη ότι, η τουριστική ζήτηση και γενικότερα ο τουρισμός, μεταβάλλεται άμεσα από την παγκόσμια οικονομία. Η εξέλιξη δηλαδή, του τουρισμού εξαρτάται από το διαθέσιμο εισόδημα του εκάστοτε τουρίστα αλλά και από την ψυχολογική του κατάσταση.

Επιπλέον, στην Ελλάδα ο τουρισμός έχει κάνει τα πρώτα βήματα της εμφάνισης από τα αρχαία κιόλας χρόνια και έχει συμβάλει καθοριστικά στην οικονομική δραστηριότητα και ανάπτυξη της χώρας. Αρχικά, εμφανίστηκε υπό την μορφή μικρών, εντός συνόρων ταξιδιών και έπειτα μέχρι σήμερα έλαβε όλες τις προαναφερθείσες εναλλακτικές και σύγχρονες μορφές.

Η παρούσα πτυχιακή εστιάζει στο πρώτο μέρος στην περιγραφή των εναλλακτικών αυτών μορφών τουρισμού και έπειτα σε δεύτερο μέρος περιγράφει διεξοδικά την περίπτωση του επαγγελματικού τουρισμού. Αναφέρονται ρητά οι έννοιες και οι σκοποί των υποκατηγοριών μορφών τουρισμού που εντάσσονται στον επαγγελματικό τουρισμό και έπειτα, εξετάζονται οι προοπτικές και οι στρατηγικές που πρέπει να ληφθούν υπόψη έτσι ώστε, ο επαγγελματικός τουρισμός να λάβει ακόμα μεγαλύτερες διαστάσεις τόσο στον παγκόσμιο όσο και στον ελλαδικό χώρο.

Στις προοπτικές του μέλλοντος, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στον συνεδριακό τουρισμό, ο οποίος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως άκρως αλληλεπιδραστικός. Και ο χαρακτηρισμός αυτός έγκειται στο γεγονός ότι ο συνεδριακός τουρισμός απαιτεί ένα υψηλού επιπέδου υπόβαθρο από τη χώρα υποδοχής, όμως ταυτόχρονα συμβάλλει ο ίδιος ενεργά στην συνολική ποιότητα μιας περιοχής. Εξάλλου, είναι εύλογο ότι, ένας χώρος ο οποίος προτιμάται για τη διεξαγωγή συνεδρίων, να μετέχει προνομιακά στο πολιτιστικό «προϊόν», μιας και δίνει τη δυνατότητα στο κοινό, στους κατοίκους και στους επισκέπτες, να έρθουν σε άμεση επαφή με τα ανθρώπινα επιτεύγματα και καινοτομίες.

Εν κατακλείδι, το μέλλον του τουρισμού έγκειται στην σωστή διοργάνωση και προώθηση του επαγγελματικού τουρισμού. Το Υπουργείο Τουρισμού θα ήταν εύλογο να εστιάζει στην χρηματοδότηση και υποστήριξη των υπηρεσιών, πανεπιστημίων και ξενοδοχειακών μονάδων, προκειμένου να μπορέσει ο επαγγελματικός τουρισμός να θέσει τα απαραίτητα θεμέλια για την ανάπτυξή του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Εκδόσεις:

1. Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκρίμπα (2011). *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού – Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.
2. Λαζανά Κ. Φιλώ (2003). *Εισαγωγή στον Επαγγελματικό Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
3. Stephen J. Page, Επιστημονική Επιμέλεια: Θωμάς Μαυροδόνης (2006). *Εισαγωγή στον τουρισμό – Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21^ο αιώνα*. Εκδόσεις Παπαζήση.
4. Κωνσταντίνος Ανδριώτης (2005). *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη.
5. Νίκος Γ. Ηγουμενάκης. *Τουριστική Πολιτική*. Αθήνα: Interbooks.
6. Ελένη Θ. Γλύνια, Περικλής Ν. Λύτρας, Δημήτρης Ν. Μαράς. *Ανιμάσιον – Ψυχαγωγία και Άθληση στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
7. Chuck Y. Gee, James C. Makens, Dexter J. L. Choy, Επιμέλεια: Δρ.Θωμάς Μαυροδόνης. *Τουριστική και Ταξιδιωτική Βιομηχανία*. Εκδόσεις Ελλήν.

Διαδικτυακές σελίδες:

1. <https://insete.gr/>
2. <https://www.iccaworld.org/>
3. <https://www.unwto.org/>
4. <http://www.visitgreece.gr/>
5. <https://mintour.gov.gr/>

Εκθέσεις – Μελέτες:

1. <https://insete.gr/studies/%ce%b7-%ce%bc%ce%ad%cf%83%ce%b7-%ce%ba%ce%b1%cf%84%ce%ac-%ce%ba%ce%b5%cf%86%ce%b1%ce%bb%ce%ae-%ce%b4%ce%b1%cf%80%ce%ac%ce%bd%ce%b7-%cf%84%cf%89%ce%bd-%ce%b5%ce%b9%cf%83%ce%b5%cf%81%cf%87%cf%8c%ce%bc-2/>
2. <https://insete.gr/studies/%ce%b7-%cf%83%cf%85%ce%bc%ce%b2%ce%bf%ce%bb%ce%ae-%cf%84%ce%bf%cf%85-%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%ce%bf%cf%8d-%cf%83%cf%84%ce%b7%ce%bd-%ce%b5%ce%bb%ce%bb%ce%b7%ce%bd%ce%b9%ce%ba%ce%ae-6/>

Εικόνες:

Εικόνα 1: https://simplylife.gr/pages/periballontikes_protaseis/article/id/3

Εικόνα 2: https://simplylife.gr/pages/periballontikes_protaseis/article/id/19

Εικόνα 3: <https://traveldailynews.gr/columns/article/3537>

Εικόνα 4:

<https://tourlab5948.wordpress.com/2015/05/30/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83/>

Εικόνα 5: <https://limobus.gr/religious-tourism/mount-athos-04/>

Εικόνα 6: <https://www.tovima.gr/2013/06/29/finance/thalassios-toyrismos-se-thola-nera/>

Εικόνα 7: <https://www.tourismtoday.gr/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CE%AD%CF%82-%CE%B8%CE%B1-%CF%83%CF%85%CE%BD%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%8D%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81/>